

0



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA**  
**FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE JORNALISMO**

**MEMÓRIA DO PROJETO**

Revista Angola em foco – O outro lado

**NGOMBO PAULINA DANIEL**

**BRASÍLIA/ DF**

**2013**



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA**  
**FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**  
**DEPARTAMENTO DE JORNALISMO**

**NGOMBO PAULINA DANIEL**

**REVISTA ANGOLA EM FOCO- O OUTRO LADO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade de Brasília – UnB, como um dos requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

Prof<sup>a</sup> Orientadora: Mestre Suzana Guedes Cardoso

**BRASÍLIA / DF**

**2013**

**REVISTA ANGOLA EM FOCO - O OUTRO LADO****NGOMBO PAULINA DANIEL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade de Brasília – UnB, como um dos requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo. Profª Orientadora: Mestre Suzana Guedes Cardoso

**Banca Examinadora**

---

Suzana Guedes Cardoso

Orientadora

---

Carlos Augusto Novis

Examinador

---

Ivair Augusto Alves dos Santos

Examinador

**BRASÍLIA / DF**

**2013**

### **Agradecimentos**

A minha orientadora professora Suzana Guedes Cardoso pela dedicação, confiança e paciência, e por ter acreditado na minha proposta pelos incentivos constantes. Ao meu pai, mãe, irmãos e irmãos pelo apoio e pelo respeito, incentivo e compreensão comigo e com meu trabalho ao longo de todo o curso. Obrigada pela força.

Ao Geovety Mateus, Roberta Milla, Hedmilda Carvalho, Luis Galiano, Vania Menilsa, Yedda Garcia, Cesaltina Mesquito, Esperança Lucas, Marcos Marianga Cassul, Keize Mayara, Aldemar Manuel, Teresa Doms, Luisa Germana, Edna Frederico e Joana Lopes meus queridos companheiros, amigos e grande inspiração para o jornalismo. Desde sempre todos acreditaram em meu potencial e mostraram-me que sou capaz de tornar-me uma grande profissional. Sem esquecer Rafael Ramirez e sua esposa Ana Caroline Luke Reis que me ajudaram bastante a evoluir na memória do projeto.

Ao adido de imprensa da embaixada de Angola no Brasil, Paulo Mateta, que foi superimportante como referência para as pautas. Aos meus colegas de faculdade pelo apoio diário.

Aos professores que passaram por minha vida acadêmica, em especial, aos mestres Suzana Guedes Cardoso, Carlos Augusto Novis, Ivair dos Santos, Fernando Paulino e Cláudia Busato. Ao Professor Adelino Matos, meu irmão, pela atenção e incentivo para a produção da revista e ao Rogério, da Faculdade de Comunicação, e ao Edson, do SAA, por esclarecerem sempre as minhas dúvidas e problemas relacionados ao curso.

Aos amigos e colaboradores do projeto, entre ilustradores e entrevistados, pelo apoio e confiança em compartilharem suas habilidades e histórias.

*“Não me assustam os milhares que me cercam.”*

*Salmos 3:6*

## RESUMO

DANIEL, Ngombo Paulina. **Revista Angola em Foco: o outro lado– Uma proposta de publicação com a assessoria da embaixada de Angola no Brasil**. 2013. Trabalho de conclusão de graduação em Jornalismo. Faculdade de jornalismo FAC – Universidade de Brasília – UnB, Brasília, 2013.

A revista **Angola em Foco – O outro lado** é um projeto experimental na modalidade produto de comunicação, referente ao Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Jornalismo. O produto é uma revista trimestral sobre Angola, voltada para o público que pesquisa a respeito de Angola em especial. O foco da revista é mostrar os ganhos de Angola depois da independência de 1975, que os brasileiros ainda desconhecem. A ideia da revista nasceu no final de 2011, através do programa Voz Africana, criado na disciplina Comunicação Comunitária da Faculdade de Comunicação, UnB. Toda a apuração e redação do projeto foram feitas ao longo dos meses de março, abril e maio do ano seguinte. Além de reportagens que mostram a atualidade de Angola, a revista traz diversas matérias com temas voltados para a relação entre o Brasil e Angola. No geral, o conteúdo da revista está relacionado a temas como cultura, política, turismo e economia com valorização de assuntos voltados para informação. O projeto também valoriza a estética das páginas a fim de proporcionar leveza ao conteúdo da publicação, mas sem deixar de lado as cores do país, e a utilização de bastantes imagens. A *Angola em Foco* tem como maior referência a Assessoria da Embaixada de Angola no Brasil.

**Palavras-chave:** Angola, Brasília, Revista, cultura, relação internacional, Brasil-Angola.

# Sumário

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>6</b>
<b>2. JUSTIFICATIVAS</b>	<b>8</b>
<b>3. OBJETIVO</b>	<b>10</b>
<b>4. REFERENCIAL TEÓRICO</b>	<b>11</b>
4.1 O lugar da África no imaginário contemporâneo brasileiro	11
4.2 Jornalismo	13
4.3 Fotografia	15
4.4 Comunicação	16
<b>5. MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA</b>	<b>18</b>
5.1 Apuração e escrita	22
<b>6. CONCLUSÃO</b>	<b>24</b>
<b>7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>26</b>
<b>8. ANEXOS</b>	<b>29</b>
8.1 Estratégia de distribuição e divulgação	30
8.2 Estratégia e ações	32
8.3 Questionário	34
8.4 Análise do público-alvo	49
8.5 Projeto editorial	50
8.6 Projeto Gráfico	51

## 1. INTRODUÇÃO

Para representar essa proposta, foi criada uma revista na qual se abordam temas sobre cultura, culinária, moda e matérias sobre a história de Angola, a cooperação em vários domínios, seja política ou cultural, existentes entre Angola e Brasil, uma vez que, laços culturais entre Angola e Brasil vêm dos tempos do tráfico de escravos e da expansão colonial portuguesa.

Carrega-se a esperança de que a revista ajudará nas pesquisas, multiplicando a quantidade e qualidade de estudos sobre dilemas da contemporaneidade em Angola. Outro objeto é buscar também uma aproximação com o leitor, sobretudo para apresentar o outro lado, tirando lacunas do conhecimento que alimentam equívocos capazes de quase divinizar ou demonizar as características culturais próprias de Angola.

Para a revista, foram utilizadas fotos dos pontos turísticos de Angola, das roupas típicas, receitas de comidas típicas de Angola e mapas com o intuito de mostrar os sentimentos e sensações diferentes ao público que desconhece essa cultura. Desse modo, o leitor da *Angola em Foco* encontraria nas páginas da revista uma oportunidade de olhar além do que comumente é visto na mídia.

A revista, como trabalho de conclusão de curso, trouxe, portanto, a resposta, já que, para sua execução, foi necessário exercitar todo o trabalho que o jornalista deve fazer para chegar ao seu produto final. A certeza de que o jornalismo foi a escolha certa para minha vida profissional veio junto com a produção da *Angola em foco—o outro lado*.

A imagem que se tem da África e de seus descendentes não é relacionada com produção intelectual, social, científica, econômica, política, ou tecnológica. Essa imagem está

mais voltada para crianças famintas e famílias miseráveis, povos doentes, sem teto e em guerra, ou paisagens de safáris e mulheres de cangas coloridas.

A intenção do projeto foi pôr em prática os conhecimentos a respeito do lado menos conhecido de Angola, uma vez que a imprensa em geral tem mostrado apenas o lado histórico e miserável do continente africano. Documentários sobre a África são mais voltados para o lado histórico de guerras, safáris, pobreza, como mostra um documentário feito pelo programa jornalístico da TV Globo o globo repórter. (Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=LHBEHE2LzTI>. Acesso em: 23.fev.2013).

*Angola em foco – o outro lado*, é um tema interessante, principalmente, se abordado com a preocupação de mostrar o que de melhor tem o país. O tema está diretamente relacionado ao assunto com o qual já tenho afinidade, resolvi aproveitar meu conhecimento na área e enfrentar o desafio de fazer uma revista com essa abordagem.

No segundo semestre de 2011, foi criado o Programa Voz Africana, na disciplina Comunicação Comunitária, matéria optativa do curso de jornalismo, do professor Fernando Oliveira Paulino, formada por quatro estudantes do curso de Jornalismo e Publicidade. Como repórter do programa ao longo desses dois anos e meio, o desejo de fazer pautas sobre a África foi crescendo, primeiro porque durante o início do projeto fizemos uma pesquisa de comunicação e descobrimos que a população desconhece a África e tinha uma ideia totalmente distorcida. E, segundo, porque a cada reportagem, cada edição do *Voz Africana*, o público se encantava com o que nós apresentávamos, aumentava a curiosidade, e até sugeria pautas.

Há aproximadamente 11 anos, Angola tem sido um dos poucos países que mais cresce economicamente no mundo, entre 2002 e 2008, a taxa de crescimento anual ascendeu 14,6%, já o produto interno bruto (PIB), cresceu 13,3 % e o petróleo, 10,9%



## 2. JUSTIFICATIVAS

Segundo o escritor angolano Artur Carlos Maurício Pestana dos Santos “Pepetela”,

Embora as relações econômicas e políticas entre Brasil e Angola venham crescendo, as relações culturais entre os dois países ainda deixam a desejar e são predominantemente de mão única. Enquanto os angolanos veem o Brasil como um "irmão mais velho", os brasileiros, poucos sabem sobre o país africano com quem partilham raízes lusófonas. As relações estão mais desenvolvidas do ponto de vista político e econômico, e também no trânsito de pessoas de um lado para o outro. Nesse aspecto deveria haver uma maior fluidez. (BBC, 2011)<sup>1</sup>

A imagem que se tem da África e de seus descendentes não é relacionada com produção intelectual nem com tecnologia. Mas, sim às crianças famintos e famílias miseráveis, povos doentes e em guerra ou paisagens de safáris e mulheres de cangas coloridas. "Essas ideias distorcidas desqualificam a cultura negra e acentuam o preconceito, do qual 45% de nossa população é vítima", afirma Glória Moura, coordenadora do Núcleo de Estudos Afro-Brasileiros da Universidade de Brasília (UnB), em uma entrevista feita pela Revista Escola (jul. 2012).

Tendo em vista as palavras da coordenadora e a imagem limitada que a mídia tem mostrado a respeito da África em geral e, em particular, Angola, foi decidido que este tema merece ser trabalhado de forma mais aprofundada e através de uma abordagem diferente. Para o efeito, foi escolhido o país Angola porque seria muito trabalhoso aplicar este projeto a

---

<sup>1</sup>Entrevista feita pela BBC Brasil com o escritor angolano Artur Carlos Maurício Pestana dos Santos “Pepetela” em 09 set.2011.

todos os países do continente africano, visto ainda que a cultura e os costumes do continente africano são parecidos, em vista da sua miscigenação durante o seu período de colonização. Os resultados do projeto poderão servir como subsídios para sensibilizar as pessoas. O sofrimento, a guerra, e a opressão pela qual o país passou encontram-se no passado e, hoje, com os novos ganhos, somos um povo alegre, cheio de esperanças e vontade de viver. Por isso, a revista é denominada *Angola em foco- o outro lado*, cuja ideia principal é a "produção dos tempos modernos", que o país tem vivido.

### **3. OBJETIVO**

A revista tem como objetivo transmitir a realidade atual de Angola, pois há 11 anos, o país vive em constante desenvolvimento, com a sua reconstrução e as primeiras eleições em 2007, depois de mais de 35 anos de guerra civil, que teve fim em 2002. Outro grande objetivo do projeto é promover a imagem positiva de Angola, e quebrar o estereótipo que se tem a respeito do país, ampliando desta forma, o conhecimento da população brasileira a respeito de Angola, com a qual compartilha sua raiz e faz parte da sua história e da sua cultura. Planejada para trazer temas simples, mas de alta importância, como a cultura, o turismo, a política, tanto interna como a externa, através de imagens e textos jornalísticos, a revista buscou trazer tudo isso com uma linguagem acessível.

O público-alvo da revista é o público brasileiro, que tem interesse em conhecer e saber mais sobre Angola, tendo como distribuidora, as instituições que pesquisam a respeito de

culturas afro descendentes, como a Fundação Palmares, criada em 1988, que é uma instituição pública, vinculada ao Ministério da Cultura, que tem como objetivo promover e preservar a cultura afro-brasileira, preocupada com a igualdade racial e com a valorização das manifestações de matriz africana. Outra instituição distribuidora é a Coordenação de Divulgação do Itamaraty, órgão do departamento do Ministério das Relações Exteriores, responsável por divulgar informações a respeito da política externa do Brasil no exterior, responsável também pela divulgação da cultura e atualidade brasileira no mundo, e pelo compartilhamento no Brasil, de aspectos, das políticas públicas de outros países que contribuem para o debate interno. Também o Centro de Convivência Negra da Universidade de Brasília (UnB). Criado no primeiro semestre de 2005, o centro visa oferecer ambiente e serviços de apoio aos universitários negros da Universidade de Brasília, especialmente os que ingressam pelo sistema de cotas para negros. Por fim, a Assessoria da Embaixada de Angola no Brasil, que cuida das informações internas da embaixada e assuntos sobre Angola no Brasil e no mundo.

## **4. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **4.1 O lugar da África no imaginário contemporâneo brasileiro**

Não há como falar de Angola e não citar o continente africano em si. Há muitas coisas em comum, como costumes, roupas e o jeito de agir, muito parecidos ou praticamente quase os mesmos. Mas isso não justifica a tão habitual generalização que o povo brasileiro faz, muitas das vezes, quando vai se referir a algum país da África. Vale deixar bem claro que, apesar dos hábitos parecidos, cada país tem os seus problemas sociais e sua forma de governar. Com isso, percebe-se que o Brasil, no passado, não tinha muito interesse em saber mais a respeito da África, os interesses pelo continente e as curiosidades foram esquecidas com o tempo.

É certo que as relações África-Brasil, vivencia das anteriormente, não se desintegraram por todo. OLIVA (2009) afirma que, mesmo separados pelas novas ordenações na economia e na política mundiais, ou, ainda, pelas diversas trajetórias vivenciadas por seus conjuntos societários desde o século XIX, podemos afirmar que elementos histórico-culturais em comum fizeram com que brasileiros e africanos, principalmente da África Ocidental e Central, preservassem níveis e formas diversas de diálogo até os dias de hoje.

No entanto, a partir de meados do século XX, uma nova ponte, marcada por uma estrutura frágil e inconsistente –, começou a ser construída entre esses dois espaços atlânticos. Contudo, a retomada das relações no avançar dos anos não ocorreu de forma homogênea e crescente. Teve bons e maus momentos, avanços e retrocessos. De fato, somente a partir da década de 1960, é que o Brasil voltou seus olhares para a outra margem do Atlântico Sul. Olhar marcado, quase sempre, pela busca de interesses estratégicos, seja no

campo da economia ou da política internacional. Tal perspectiva, com maiores ou menores fluxos, pôde ser encontrada também nas décadas seguintes.

Se nos anos 60 as ações se limitaram, basicamente, às esferas da diplomacia, na década seguinte, os acordos e os contatos comerciais, a questão energética do petróleo, associados à continuidade dos diálogos no campo da política externa, passaram a determinar os ritmos relacionais pelo Atlântico Sul. Também, a partir dos anos 1970, “ressurgiu”, na onda das lutas pelas independências africanas, o Movimento da Consciência Negra, que lembra a resistência do negro à escravidão no Brasil e a inserção na sociedade brasileira. E o crescente interesse em se conhecer a África. Uma série de encontros, cursos e seminários ocorreram na tentativa de nutrir mentes e almas com informações acerca da revolução africana, além da criação do Movimento Negro Unificado (MNU), movimento que combate manifestações preconceituosas e discriminatórias praticadas contra os descendentes africanos, criado, em 18 de junho de 1978, em São Paulo. A segunda metade da década de 70, e boa parte dos anos 80, presenciou a formação de um crescente número de associações culturais e movimentos sociais negros organizados, que buscavam recriar e divulgar a imagem de uma África mítica, autônoma, bela e relevante.

Nos anos 1980, houve um novo afastamento intencional das margens do Atlântico Sul, principalmente nos campos econômicos e político. As intenções e as estratégias vislumbradas na década de 70 e no início da de 80 cederam lugar aos impactos da crise econômica brasileira e africana na chamada “década perdida”. Mais do que isso, o sonho africano de reconstrução, crescimento e organização pós-ocupação colonial começou a ruir, diante das próprias dinâmicas internas do continente e do seu lugar na economia mundial do final do século XX.

Na década seguinte, a formação de um grupo dos países de língua oficial portuguesa, Comunidade de Países de Língua Portuguesa (CPLP), que busca aprofundar a amizade mútua e a cooperação entre os seus membros, avançou esta discussão. A sua sede fica

em Lisboa, Portugal, e seu atual Secretário Executivo é Murade Isaac Murargy, de Moçambique. A comunidade, na esfera das ações culturais, talvez tenha servido para incentivar uma dinamização de outras permutas, como nas atividades de cooperação e na economia. Neste mesmo período, os meios de comunicação social começaram a ser bombardeados por imagens dos “flagelos” africanos das guerras civis, da fome e das epidemias. As ondas de fome na Etiópia, na década de 80, a longa guerra civil angolana, os golpes de Estado sucessivos em algumas partes do continente, o fim do apartheid, as epidemias de AIDS e a malária, o descontrole governamental, a desorganização geral e a corrupção, os massacres de Serra Leoa e os genocídios em Ruanda e no Sudão ganharam frequentemente destaque nas páginas de jornais e revistas, ou nas telas da televisão.

Ainda segundo OLIVA (2009), “essas projeções imagéticas sobre os africanos em nada ajudavam a reformatação das imagens elaboradas sobre a África e presentes no imaginário coletivo brasileiro, a falta de referências imagéticas positivas, a pequena atenção dedicada ao continente nas salas de aula brasileiras e até mesmo nos bancos universitários e a divulgação contínua pelos *mass media* e pela indústria audiovisual [incluindo-se aí as produções cinematográficas] de cenários de um mundo em flagelo contribuem decisivamente para que essa percepção seja preservada”(OLIVA, 2009 p. 73-178).

Se continuar-se a reproduzir essas leituras distorcidas sobre a África, é muito provável que o imaginário de futuras gerações não sofram modificações significativas. Neste caso, o papel das escolas é de fundamental importância. É preciso mudar os textos explicativos acerca da História da África, olhar para o futuro, para o crescimento do continente. Tal tarefa se tornará praticamente impossível de ser bem sucedida e a África continuará a ser pensada como um espaço mítico ou simplesmente rejeitado e desconhecido, seja pela construção de identidade brasileira, seja pelas referências mentais, caso não haja uma mudança.

## 4.2 Jornalismo

Para a escolha da revista como mídia para o projeto, além do embasamento no aprendizado tido ao longo do curso de jornalismo, aprofundou-se o conhecimento acerca desse tipo de publicação. No livro *O estilo magazine*, de Vilas Boas (1996) destacam-se as principais qualidades da revista como um dos modelos de mídia impressa.

A revista semanal preenche os vazios informativos deixados pelas coberturas dos jornais, rádio e televisão. Além de visualmente mais sofisticada, outro fator a diferencia sobremaneira do jornal: o texto. Com mais tempo para extrapolações analíticas do fato, as revistas podem produzir textos mais criativos, utilizando recursos estilísticos geralmente incompatíveis com a velocidade do jornalismo diário (VILAS BOAS, 1996, p. 9).

Em *Jornalismo em revistas no Brasil*, Patrícia Ceolin Nascimento (2002, p.18) faz um apanhado geral da história das revistas no Brasil. “Vale ressaltar que as primeiras revistas brasileiras datam do século XIX, quando eram feitas publicações definidas como “ensaios” ou “folhetos”. Em 1928, a revista *O Cruzeiro* foi considerada a pioneira no gênero reportagem. Já em 1938, a revista *Diretrizes* se destacou pela produção de textos com teor mais crítico e investigativo. Entre os anos 1950 e 1970, o jornalismo brasileiro viu nascerem revistas com conteúdo mais moderno, como *Manchete*, *Realidade* e *Veja*”. No mesmo livro, a autora define revista:

Em linhas gerais, define-se revista como uma publicação periódica de formato e temática variados que se difere do jornal pelo tratamento visual [melhor qualidade de papel e de impressão, além de maior liberdade na diagramação e utilização de cores]e pelo tratamento textual [sem o imediatismo imposto aos jornais diários, as revistas lidariam com os fatos já publicados pelos jornais diários ou já veiculados pela televisão de maneira mais analítica, fornecendo um maior número de informações sobre determinado assunto] (NASCIMENTO, 2002. p. 18).

Como tornar a revista mais descontraída e com uma leitura mais atraente? A saída foi escolher o tom certo para o texto. As matérias foram escritas em vários gêneros jornalísticos, como reportagem, entrevista, crônica, valorizando o que se aprendeu ao longo do curso. A cada matéria redigida, houve a preocupação de trabalhar bem o conteúdo. Títulos, sutiã, foram minuciosamente pensados e montados desde a entrevista até a redação dos textos.

#### **4.3 Fotografia**

Nem todos os arquivos estavam presentes no acervo da assessoria da embaixada, algumas imagens da revista, como os pontos turísticos do país, as roupas típicas, foram retiradas da internet, respeitando os direitos do autor com créditos em todas as fotos e legenda.

Quando se abordam assuntos sobre o turismo ou sobre uma revista, na qual se pretende mostrar a realidade atual, além de textos são necessárias fotos, é necessário imagens para causar impacto e interesse do público. A mensagem transmitida pela fotografia é muito forte, mostra claramente que não está ali por acaso, mas que possui uma intenção, um sentido próprio que vai diretamente aos olhos.

Segundo KOSSOY (2007) ,“Fotografia é memória enquanto registro da aparência dos cenários, personagens objetos fatos: documentando vivos ou mortos, é sempre memória daquele preciso tema, num dado instante de sua existência ou ocorrência” (KOSSOY, 2007, p.131).

A invenção da fotografia, no século XIX, foi uma das maiores criações humanas, mudando a história da humanidade e proporcionando ao homem um instrumento



fundamental na busca da própria identidade. A importância da fotografia é tão extraordinária que não se pode imaginar um ser, uma família, uma sociedade, mesmo as mais primitivas, que não tenha sido fotografada. A fotografia capta um momento, uma realidade presente/passado, no momento que ocorre, momento único, jamais repetido, jamais revivido. A foto é a testemunha ocular do fato, é a comprovação do ocorrido, é a existência contida na imagem.

O registro fotográfico proporciona comunicação, é fator de reflexão e de questionamento, revela mil possibilidades de interpretação, ainda que em um momento congelado e guardado para sempre. A foto motiva mudanças de comportamento e de pensamento. A fotografia em revistas, serve para ilustrar um texto ou para informar sobre algo que estava ocorrendo naquele momento.

#### **4.4 Comunicação**

O modelo formulado por Martín-Barbero tem sido bastante utilizado nos estudos de recepção e nas articulações da comunicação com a educação. Tem servido como referencial teórico-metodológico para as pesquisas de campo que se ocupam da análise dos processos midiáticos e suas repercussões na sociedade e das articulações entre comunicação e cultura.

Martín-Barbero opta pelo termo “mediações”. E ele não o faz apenas por uma questão de semântica. Ele opta pelas mediações em contraposição aos meios, como centro de atenção da pesquisa em comunicação. Trata-se, portanto, de um deslocamento metodológico – ou epistemológico, poderíamos dizer, como ele próprio explicita já na introdução de sua reconhecida obra *Dos meios às mediações*.

A comunicação se tornou para nós questão de mediações mais do que meios, questão de cultura e, portanto, não só de conhecimentos, mas de reconhecimento. Um reconhecimento que foi, de início, operação de deslocamento metodológico para rever o processo inteiro da comunicação a partir de seu outro lado, o da recepção, o das resistências que aí têm seu lugar, o da apropriação a partir de seus usos. Porém, num segundo momento, tal reconhecimento está se transformando, justamente para que aquele deslocamento não fique em mera reação ou passageira mudança teórica, em reconhecimento da história: reapropriação histórica do tempo da modernidade latino-americana e seu descompasso encontrando uma brecha no embuste lógico com que a homogeneização capitalista parece esgotar a realidade do atual (MARTÍN BARBERO, 1997, p. 16).

## 5. MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

Após a escolha do tema da revista, do público-alvo e da temática da publicação, o primeiro passo, para trabalhar o assunto e dar início à produção de *Angola em Foco*, foi procurar algumas instituições como a Fundação Palmares e a Assessoria da Embaixada de Angola no Brasil, alguns dos lugares onde serão distribuídas as revistas. A ideia era investigar se essas instituições possuíam alguma publicação do tipo, ou seja, uma revista angolana, voltada para o público brasileiro. Apenas a Embaixada de Angola possui um Boletim Informativo Interno, voltado ao desenvolvimento de Angola, ao turismo, e a política do país, já a Fundação Palmares e o Centro de Convivência Negra da UnB não possuem nenhum exemplar parecido, mas teriam muito interesse em ter uma revista na instituição.

Durante a pesquisa, também foram analisadas algumas revistas que falam de Angola no exterior e que possuem informações de âmbito geral, como comércio, economia, história, cultura e política, além de notícias e atualidades. Um exemplo é a *Brasil-Angola magazine*, que surgiu da necessidade de potencializar o intercâmbio entre Brasil e Angola, aproveitando as origens e laços de amizade entre as nações, com o propósito de levar informações e prestar serviços de grande valia e credibilidade. A revista é publicada bimestralmente com 10.000 exemplares, que circulam no Brasil, Angola e demais países pertencentes à CPLP (Comunidade dos Países de Língua Portuguesa), sendo distribuídas em câmara de comércio, embaixadas, e ministérios. O seu público-alvo compreende empresários, investidores, agências de turismo, hotéis, hospitais, comércio atacadista, executivos e empresas de várias áreas de negócios e atuação em Angola e no Brasil. Outro caso é *África 21*, um portal de informação política, econômica e comunicação empresarial, especializado em temas africanos, com particular destaque para o que de mais relevante acontece na Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP), de que fazem parte Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique, Portugal, São Tomé e Príncipe e Timor-Leste. É também um instrumento de

marketing e referência para as empresas e para as instituições que promovem as relações multilaterais. O portal é produzido e editado pela CCA - Consultores de Comunicação Associados, empresa com sede em Brasília, em parceria com a empresa angolana Nova Movimento, voltada para empresas, governos e entidades públicas e privadas. A *Austral*, revista de bordo das Linhas Aéreas de Angola (TAAG), que tem sido publicada desde 2010, é distribuída gratuitamente a todos os passageiros da TAAG e da Sociedade de Aviação Ligeira (SAL). A publicação com uma tiragem desconhecida tem uma periodicidade bimestral e é produzida pelo Grupo Executivo de Angola, abordando os mais diversos temas relacionados com Angola e o mundo. Completando a pesquisa, encontramos o boletim informativo da Embaixada de Angola, em publicação desde 2011, o boletim é voltado a informações da atualidade sobre política e comércio de Angola, com uma publicação de 500 exemplares bimestralmente e produzido na embaixada. Público-alvo: angolanos no geral, interessados em visitar a embaixada, embaixadas de língua portuguesa. E, por fim, foi aplicado também um questionário para o público-alvo da revista deste projeto, em anexo na página 31.

A escolha do nome do projeto foi pautada no conteúdo da revista. O maior objetivo do projeto é mostrar o que tem de bom no país e poder mostrar isso ao Brasil. Como referência, foram pesquisadas algumas revistas também conceituadas, durante o desenvolvimento do projeto, como a revista *Raça*, a primeira revista voltada aos negros no Brasil, que, em maio de 2013, trouxe uma edição especial sobre a África, e a revista *Angola Yetu*, edição 2012, revista interna do Consulado Geral de Angola em São Paulo. Percebeu-se que estas revistas possuem imagens fortes e impactantes, e que tudo que está nelas possui uma relação entre si, e, na maioria das vezes, elas possuem poucos textos, dando bastante valor para a imagem e deixando que ela fale mais do que as palavras. Outro procedimento metodológico foi a utilização de redes sociais como *Twitter* e *Facebook*, para encontrar possíveis personagens e apoiadores do projeto, ouvir pessoas que entendiam do assunto e outras que não tinham conhecimento algum, para saber o que elas gostariam de ler em uma revista sobre Angola.

Também foram utilizados sites jornalísticos de Angola, que serviram como fonte para as matérias, algumas delas tiradas do próprio site, sofrendo apenas algumas alterações como: tradução de palavras em português de Portugal para o português brasileiro e concordância dos verbos.

A cada entrevista, surgia um enorme volume de texto para ser escrito. Não é nada fácil decidir quais informações são mais relevantes e qual é a melhor forma de colocá-las no papel. Para complicar ainda mais o processo, realmente há momentos em que o jornalista simplesmente não está inspirado para escrever.

Algumas das entrevistas, como a grande entrevista, a reportagem *África nas escolas*, foram feitas pessoalmente e isso, certamente, influenciou na qualidade das apurações. Como explica Thaís Oyama (2009, p.16) em seu livro *A arte de entrevistar bem*, não há nada como encarar a fonte ou o personagem e apreender dele o máximo possível de detalhes e informações:

O escritor Gay Talese, perguntado por Robert Boynton, autor do livro **The New New Journalism** se costumava fazer entrevistas por e-mail ou telefone, respondeu que nem endereço eletrônico tinha e que telefone, para ele, servia só para marcar entrevistas. Gay Talese pode se dar ao luxo de exagerar, mas o fato é que todo jornalista que já fez mais de dez entrevistas concorda que, numa escala de valores, a melhor entrevista é a pessoal (OYAMA, 2009, p.16).

Como tornar a revista mais descontraída e com uma leitura mais atraente? A saída foi escolher o tom certo para o texto. As matérias foram escritas em vários gêneros jornalísticos, como reportagem, grande entrevista e uma crônica, valorizando o que se aprendeu ao longo do curso com textos e imagens. A cada matéria redigida, houve a preocupação de trabalhar bem o conteúdo. Títulos, sutiã, foram minuciosamente pensados e montados desde a

entrevista até a redação dos textos. Em jornalismo, a primeira impressão é a que fica. Esse papel cabe não somente aos elementos estéticos da página, como também ao início da reportagem.

Em entrevistas que exigiam mais atenção devido ao contato com informações de cunho mais técnico, fornecidas pelo adido de imprensa da Embaixada de Angola, Paulo Mateta, houve o cuidado com a averiguação de dados de compreensão difícil. Como destaca Lage (2001), “*experts* são geralmente fontes secundárias, que se procuram em busca de versões ou interpretações de eventos. Um cuidado preliminar é o de formular, pelo menos no início, perguntas pertinentes – nada incomoda mais um especialista do que questões disparatadas”. Por seu teor mais simples, algumas entrevistas e a obtenção de determinadas informações para certas matérias se deram a partir de telefonemas e e-mails.

Como o texto de revista proporciona ao jornalista mais liberdade do que o jornal impresso, é possível se aventurar com detalhes criativos e que permitam uma valorização do ritmo da publicação. Na revista, por exemplo, quase sempre se escolhe a abertura menos convencional ou puramente informativa. Isto não impede que o jornal diário traga, em suas páginas de domingo, uma abertura mais literária, como alternativa para despertar o interesse do leitor. A revista não precisa de um *lead*, qualquer que seja o tipo. A revista precisa de uma abertura envolvente.

O texto para uma revista também segue os padrões jornalísticos, mas isto não impede que palavras, frases e períodos tenham um estilo diferente. O ritmo e a sonoridade das palavras também são muito importantes. Ler o texto em voz alta é uma boa medida para perceber se as palavras estão acompanhando a orquestração das ideias e se as frases estão no tamanho certo.

## 5.1 Apuração e escrita

Após a decisão do tema e da estrutura de toda a revista, a próxima tarefa foi atarefa de pré-apurar as pautas. Uma pauta bem elaborada já representa meio caminho andado, como ressalta o jornalista Nilson Lage (2001, p.37), no livro *Anatomia da Reportagem*:

Uma pauta bem feita prevê volume de informação necessária para a garantia de eventuais quedas de pauta e ainda matérias que poderão ser aproveitadas posteriormente – por exemplo, no fim de semana da política ou da economia e no meio da semana dos esportes. Evita, por outro lado, o consumo inútil de homens-horas em produtos que jamais serão veiculados (LAGE, 2001, p.37).

Na busca de dados, as informações oficiais foram obtidas junto a órgãos como a Embaixada de Angola no Brasil; outras fontes para as matérias, como a história de Angola, a economia do país e reportagens afins, foram encontradas por meio de buscas feitas em sites jornalísticos de Angola, participação em seminários, como o lançamento da edição especial da revista *Raça* sobre a África, organizado pelo editor chefe da revista Raça Brasil, André Rezende, e a contribuição dos estudantes bolsistas para o desenvolvimento e crescimento de Angola, realizado pela Associação dos Estudantes Angolanos em Brasília; outras entrevistas foram feitas pessoalmente. Eis as fontes e personagens entrevistados para a revista:

- Nelson Cosme - Embaixador de Angola no Brasil
- Paulo Mateta - Assessor da Embaixada de Angola no Brasil
- George Chicoti - Ministro das Relações Exteriores de Angola
- Antonio Patriota - Ministro das Relações Exteriores do Brasil
- Roberta Milla - Advogada
- Geovety Mateus - Administrador

- Alberto Francisco - Presidente da União dos Estudantes Africanos em Brasília
- Ivair dos Santos - coordenador do Centro de Convivência Negra da UnB
- Carlos Lamartine - adido cultural da Embaixada de Angola no Brasil
- Humberto Fernando- assessor da revista *África Today*



## 6. CONCLUSÃO

A revista proporcionou, não apenas o conhecimento de um novo tema a ser explorado por um veículo de comunicação, como também ampliou o conhecimento dos brasileiros a respeito de Angola. Sem dúvidas, o interesse em querer mostrar ao mundo a imagem atual de Angola é uma das coisas que nos fez apostar justamente na produção desta revista. Percebemos que a falta de conhecimento que os brasileiros têm a respeito de Angola deve-se também à precariedade de informações oferecidas pelos sites das instituições angolanas. Foi ainda um dos problemas enfrentados ao longo da pesquisa para a realização da revista, por falta de informações específicas. Com isso, a responsabilidade em publicar uma revista e contribuir através de um veículo de informações sobre Angola se tornou ainda maior.

Por meio da elaboração da pesquisa, pudemos verificar o quão grande é a falta de conhecimento do brasileiro para com Angola. Tínhamos a consciência, desde quando nos propusemos a desenvolver o presente trabalho, de que pouco se conhecia sobre Angola hoje, mas não imaginávamos o quanto. A guerra civil em Angola, por exemplo, que terminou há 11 anos, ainda está muito viva na mente do povo brasileiro.

Quanto mais se chega perto do alvo, mais aumenta a ansiedade e o desejo de alcançá-lo. Nessa circunstância, produzir uma revista quando faltavam poucos meses para concluir a faculdade se tornou um desafio ainda maior.

Agora, a um passo do mercado de trabalho e pronta para dar o melhor para a sociedade, foi decidido que a melhor coisa a fazer seria construir um produto com tudo o que foi ensinado em quatro anos e meio de faculdade: ler, pesquisar, investigar, procurar fontes e personagens, elaborar pautas, formular entrevistas, apurar e entrevistar, redigir textos, lidar com pessoas. Produzir a revista me ajudou a reforçar os três pilares do jornalismo – informar, fiscalizar e formar opinião. Quem faz jornalismo conhece a força da profissão. O jornalismo é

o elo entre a sociedade e o poder. É aquele que opera como protetor dos cidadãos e como um dos caminhos para uma sociedade melhor e bem mais informada.

O trabalho possibilitou, ainda, resposta à questão de pesquisa. Foi possível mostrar na revista assuntos que o brasileiro não podia nem mesmo imaginar naquilo que se tornou Angola hoje. Pode-se considerar assim, que os objetivos gerais e específicos, que se pretendia alcançar, foram, de modo geral, atingidos.

Uma das coisas que faz acreditar neste poder do veículo de comunicação é justamente a produção desta revista. Foi trabalho de formiguinha e deu certo. Encerrar a trajetória da graduação com a produção de um projeto que visa contribuir para a construção de uma sociedade mais bem informada, consciente, não tem preço. Que venha a carreira!

## 7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### LIVROS

ALLEN, Hurlburt. **Layout: o design da página impressa**.

AMBROSIO, Vicente. **Plano de marketing passo a passo**. Rio de Janeiro: Ra, 1999. 136 p.

LAGE, Nilson. **A Reportagem**: teoria e técnica de entrevistas e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Record, 2001.

\_\_\_\_\_, Nilson. **Linguagem jornalística**. 8.ed, São Paulo: Ática, 2006. v.37.

\_\_\_\_\_, Nilson. **Estrutura da notícia**. 6.ed, São Paulo: Ática, 2006. v.29.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em comunicação: Formulação de um modelo metodológico**. 4. ed. São Paulo: Loyola, 1999.

\_\_\_\_\_, Maria Immacolata Vassallo de; BORELLI, Silvia Helena Simões; RESENDE, Vera da Rocha. **Vivendo com a telenovela**: mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo: Summus, c2002. 394 p.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

OLIVA, Anderson Ribeiro. A África não está em nós: A história africana no imaginário de estudantes do recôncavo Baiano. **Fronteiras douradas**. MS, volume 11, n.20, págs, 73-91, jul/dez. 2009

\_\_\_\_\_. **Olhares sobre a África**: Abordagens da história contemporânea da África nos livros didáticos brasileiros.

\_\_\_\_\_. **Notícias sobre a África:** Representações do continente africano na revista Veja (1991-2006). Afro-Ásia, n. 38, p.141-178, 2008.

OYAMA, Thaís. **A arte de entrevistar bem.** São Paulo: Contexto, 2009.

RABÊLLO, Roberto Sanches. Cultura Lúdica e Formação de Educadores: Apontamentos sobre a Capoeira em Angola. **Anais...** VII Encontro de Educação e Ludicidade.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista.** São Paulo: Editor Contexto, 2003.

SODRE, Muniz. **Cor e civilização.** Fundação Palmares, 2012. 75 p.

VILAS BOAS, Sérgio. **O Estilo Magazine** - o texto em revista. São Paulo: Summus Editorial, 1996

## SITES

**REVISTA AFRO.** Disponível em: <http://www.mundoafro.com.br/>. Acesso em:

**REVISTA ANGOLA.** Disponível em: <http://angolain.blogspot.com/>. Acesso em:

**REVISTA MUANGOLÊ NOTÍCIAS.** Disponível em: <http://www.mnoticias.8m.com/>. Acesso em:

**REVISTA RAÇA.** Disponível em: <http://racabrasil.uol.com.br/>.

**ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES NEGROS.** Disponível  
<http://www.abpn.org.br/index.php>.

**BRASIL ESCOLA.** Disponível em: <http://www.brasilecola.com/geografia/angola.htm>.

**INFOCAMBIO**

**UNIVERSITÁRIO.**

Disponível

em: <http://www.infocambiouniversitario.com.br/sem-categoria/fotografia-a-comunicacao-atraves-da-imagem>.

**TIPÓGRAFOS MAGAZINE.** Disponível em: <http://tipografos.net/magazines/introducao.html>.

**ASSESPRO.** Disponível em: <http://assespro.org.br/na-midia/noticias-associados/2013-01-18-empresa-brasileira-exporta-tecnologia-para-angola/>.

**MUNDORAMA.** Disponível em: <http://mundorama.net/2011/07/01/o-atlantico-sul-e-as-relacoes-brasil-africa-no-seculo-xxi-por-edson-tomaz-de-aquino/>.

## **8. ANEXOS**

## 8.1 Estratégia de distribuição e divulgação

O objetivo é promover a imagem de Angola no Brasil, destacar o crescimento, tanto econômico como cultural angolano, com pautas voltadas à atual situação de Angola nessas áreas. É fundamental que os brasileiros saibam a história de Angola, um país que tem em comum o desafio de transformar imensas potencialidades, em termos de recursos naturais e humanos, em riqueza efetiva, de forma a proporcionar níveis crescentes de prosperidade às gerações presentes e garantir o bem-estar de gerações futuras. As economias dos dois países apresentam inúmeras interfaces nas quais a complementaridade de interesses e capacidades são evidentes, o que se reflete no significativo fluxo de comércio bilateral. Na verdade, Angola já é, de longe, o principal destino para alocação do investimento direto brasileiro na África.

Diante do estereótipo que os brasileiros tem a respeito de Angola, informados pelas grandes mídias como mostram as pesquisas, foram estabelecidas como metas: agregar valores culturais, apresentar o desenvolvimento do país, “fugir” de matérias negativas a respeito de Angola. Com isso, mostramos o que há de bom, as riquezas do país a contribuição do país pelo mundo. É um bom começo para mudar a opinião dos leitores.

Diante disso a revista surge como uma proposta de comunicação, modernizando a imagem de Angola, através do formato da notícia. A revista vai tratar de assuntos do interesse desse público de forma leve, proporcionando uma leitura agradável. Pretende-se que a revista seja, além de informativa, um objeto de descontração, relaxamento e curiosidade, com as belas paisagens dos pontos turísticos.

O conteúdo da revista abrangerá os mais diversos setores, como crônica de um brasileiro que já esteve em Angola, grande entrevista com um casal formado por um angolano e uma brasileira, que estão casados e residente em Brasília, mas sem que isso implique superficialidade no tratamento das matérias.

**Pontos fortes:** o projeto é elaborado por uma recém-formada na área de Jornalismo, que pretende seguir carreira nesse mesmo veículo de notícia (o formato de revista), com um embasamento a respeito das pautas muito forte e um grande esforço com relação aos temas que envolvem a idealização e a realização da revista. Todo o trabalho será complementado com a colaboração de outros profissionais que atuam em áreas necessárias ao desenvolvimento do produto como, por exemplo, jornalistas (assessor da Embaixada de Angola no Brasil). O resultado desse trabalho será avaliado por um conselho formado por professores qualificados da Universidade de Brasília.

A localização da *Angola em Foco* em Brasília também é um ponto positivo, pois facilita o contato com os agentes envolvidos na produção da revista, como a Assessoria da Embaixada de Angola no Brasil, o Centro de Convivência Negra da Universidade de Brasília e a Fundação Palmares.

**Pontos fracos:** A falta de recursos financeiros para produzir de imediato o produto planejado é um ponto negativo. A falta de estrutura de equipamentos para a produção da revista que não é profissional, como as das grandes editorias.

A presença significativa de Angola no exterior é recente. Antes, o que se ouvia falar era apenas sobre a guerra civil no país. Hoje, com o crescimento acelerado, o mundo tem se voltado mais para Angola, criando interesse pelo país. Outro fator que é bastante oportuno para o lançamento do produto é a inexistência de uma publicação com o perfil proposto para turistas e empresários fugirem um pouco dos assuntos políticos, como têm mostrado outras revistas em circulação no Brasil.



## **O público-alvo**

O público alvo da revista é geral e compreende tanto pessoas com interesse em visitar Angola como também estudantes e empresários. É importante o brasileiro ter um conhecimento sobre Angola, um país com o qual partilha raízes lusófonas e que tem fortes relações com o Brasil, principalmente, econômicas.

O governo brasileiro instalou em Luanda, capital angolana, um centro de negócios da Apex (Agência Brasileira de Promoção de Exportação e Investimentos) no final do ano passado. Segundo o Standard Bank, um terço do comércio de Angola é realizado com os países do chamado Bric (Brasil, Rússia, Índia e China).

Com mais de 200 empresas brasileiras em Angola, ainda há muitos empresários Brasileiros interessados em investir em Angola, ajudando no crescimento do país. O Brasil só perde para a China, que detém a posição de maior parceiro bilateral dos angolanos em valor de investimentos, com mais de 150 empresas chinesas no país.

## **8.2 Estratégia e ações**

**Produto:** o conteúdo diversificado das matérias possibilita à revista uma vida mais longa que a de outras, com menor periodicidade e notícias que pedem por uma atualização maior. Como os níveis de frequência e alcance são inversamente proporcionais, a revista optou por privilegiar a estratégia do alcance e não da frequência.

A revista será publicada no português brasileiro, para trazer mais entendimento e proximidade com o leitor. O design gráfico desempenha duas funções principais dentro do projeto. Primeiro, a diferenciação visual da revista com relação a outras revistas, garantindo

uma vantagem competitiva, e, segundo, a transmissão dos valores da cultura angolana, de atualidade e inovação por meio da linguagem visual.

O projeto da revista também prevê a presença de anúncios publicitários que ajudarão a financiá-lo. A existência de anúncios na revista se torna necessária por dois motivos. Primeiro, para custear os gastos de produção e, em segundo lugar, para suprir uma necessidade da revista, que é a divulgação da imagem de Angola. Os espaços serão ocupados pelas maiores empresas de Angola como a Sonangol, empresa petrolífera de Angola e as Linhas Áreas de Angola (TAAG).

**Preço:** O produto será distribuído gratuitamente, não representando nenhum ônus para aquele que o adquirir.

**Distribuição:** A revista será enviada para as instituições que serão responsáveis pela distribuição da revista para o público em geral.

### 8.3 Questionário

1. consta na sua instituição alguma revista interna?

Sim ( ) Não ( )

Se sim qual?

---

2. Consta do acervo de sua unidade/biblioteca/centro acadêmico/instituição revistas sobre Angola?

Sim ( ) Não ( )

3. Já ouviu falar de Angola?

Sim ( ) Não ( )

4. O que você ouviu falar sobre Angola?

a) País pobre

b) um país desenvolvido

c) um país em guerra

5. Como ficou sabendo dessa informação?

a) Pela mídia

b) Pessoalmente

c) Amigos, e parentes.

6. Qual a relação entre Brasil e Angola?

a) política

b) cultural

c) cooperação econômica

b) nenhuma

7. Senhor terá interesse em ter uma revista chamada Angola em Foco na sua instituição?

Sim ( ) Não ( )

8. Qual imagem você tem deste tipo de publicação?

Boa ( ) Média ( ) Ruim ( )

9. Que tipo de assunto você acharia interessante de ler na revista Angola em Foco?

---

---

10. Qual a importância desse tipo de publicação?

---

---

11. Escolaridade

- |                                |                                  |
|--------------------------------|----------------------------------|
| a) Ensino fundamental completo | d) Ensino fundamental incompleto |
| b) Ensino médio completo       | e) Ensino médio incompleto       |
| c) Ensino superior completo    | f) Ensino superior incompleto    |

## 12.Renda familiar

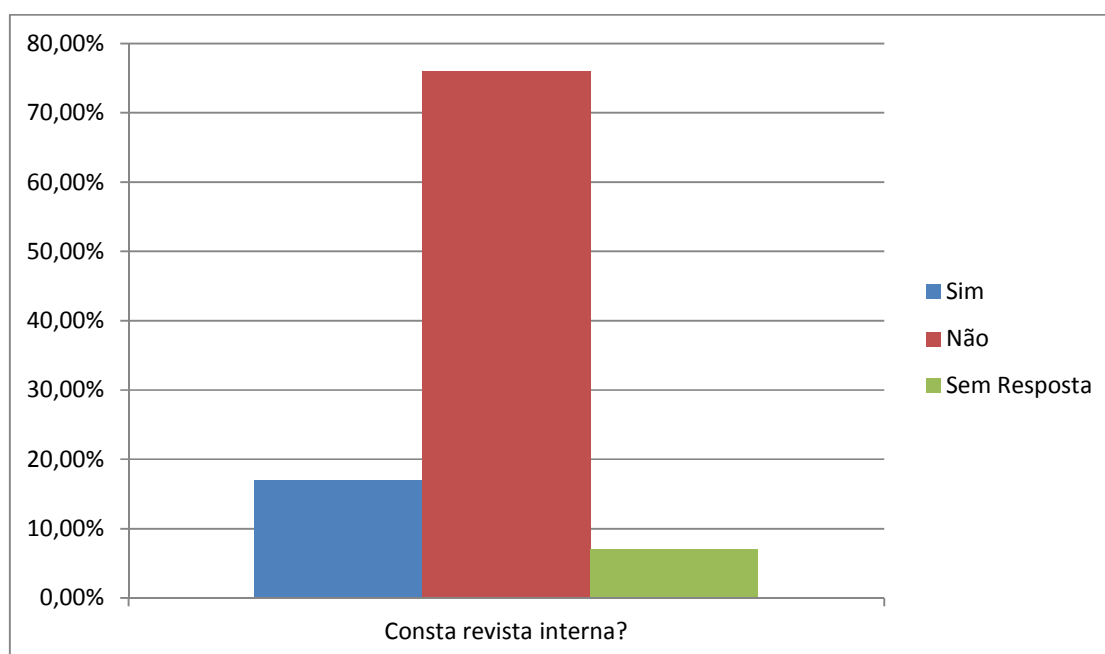
- |                            |                            |
|----------------------------|----------------------------|
| a) acima de 500 mil reais  | e) acima de 2500 mil reais |
| b) acima de 100 mil reais  | f) acima de 3000 mil reais |
| c) acima de 1500 mil reais | g)acima de 3500 mil reais  |
| d) acima de 2000 mil reais | h)acima de 4000 mil reais  |

### Análise de questionários

**Questão 1:** consta na sua instituição alguma revista interna?

Dos entrevistados, 76 % declararam que não existe nenhuma revista interna e apenas 17% declararam que existe este tipo de publicação na instituição.

**Gráfico 1**

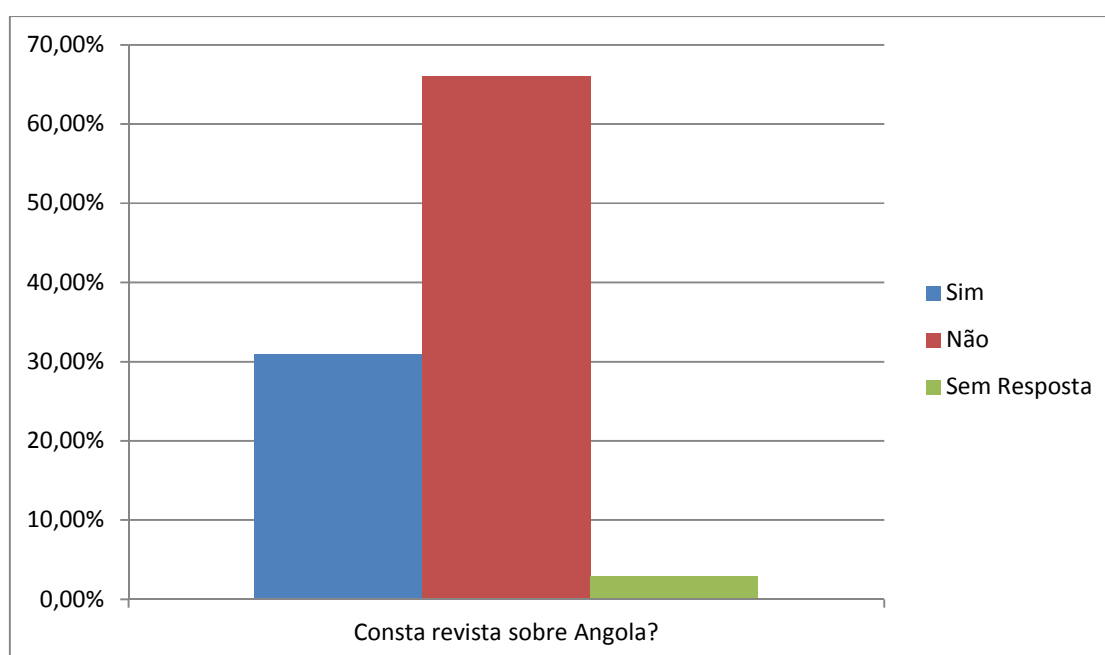


**Fonte:** Gráfico elaborado pela autora

**Questão 2:** Consta do acervo de sua unidade/biblioteca/centro acadêmico/instituição revistas sobre Angola?

66% dos entrevistados declararam que não há revistas sobre Angola no acervo e apenas 31% declararam haver revistas.

**Gráfico 2**

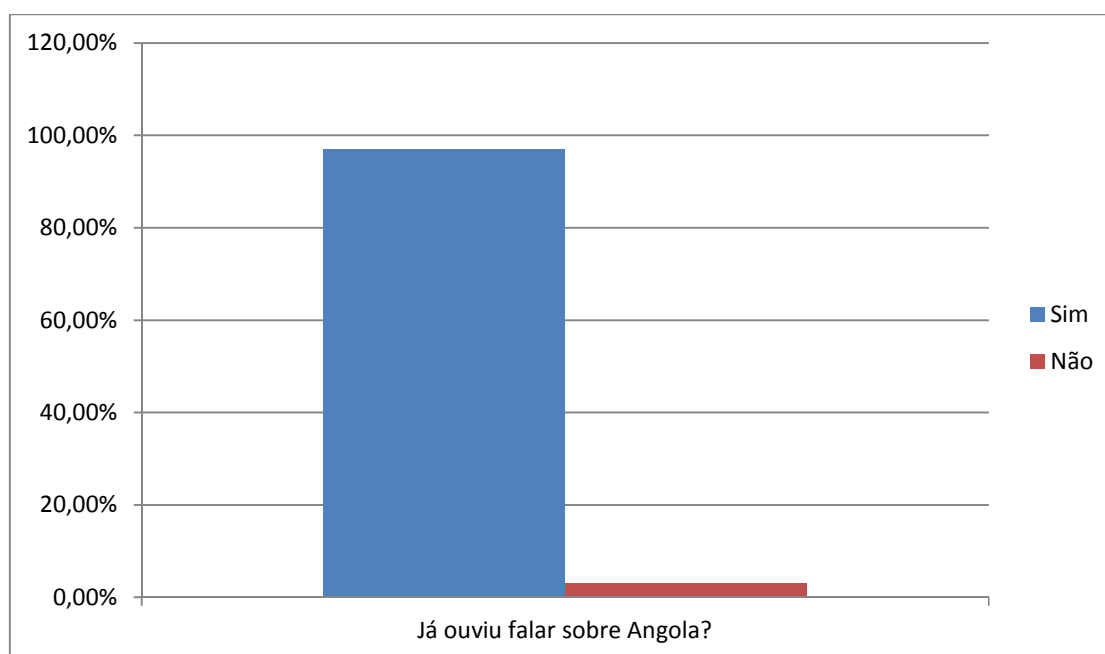


**Fonte: Gráfico elaborado pela autora**



**Questão 3: Já ouviu falar de Angola?**

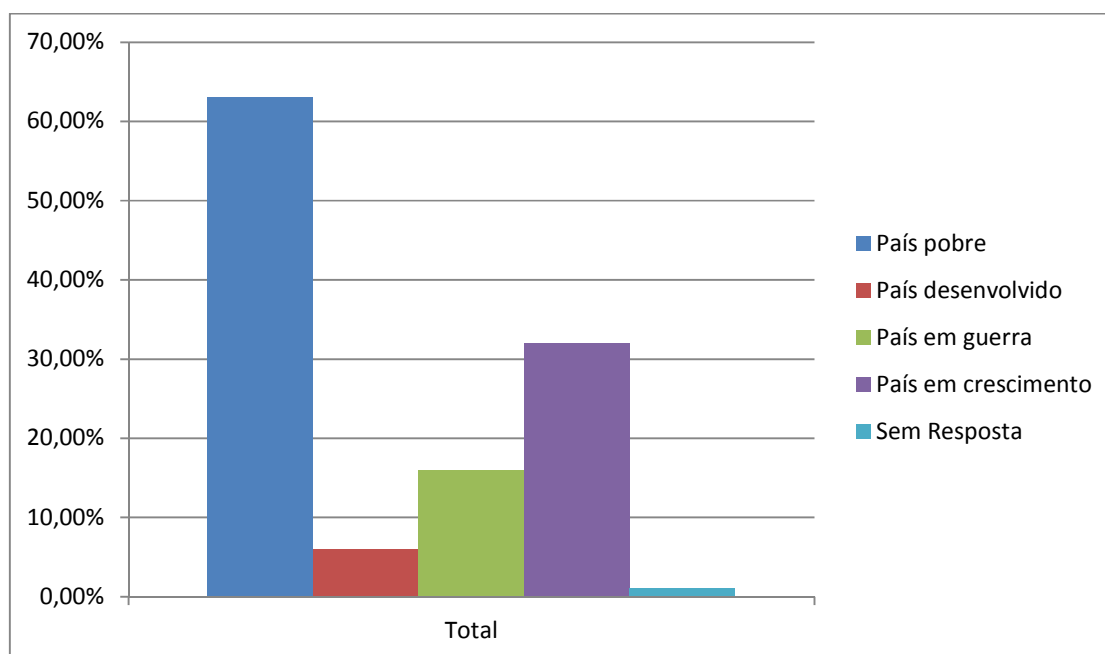
De todos os entrevistados, 97% declararam ter ouvido falar de Angola, contra 3%, que declararam não conhecer o país.

**Gráfico 3**

**Fonte: Gráfico elaborado pela autora**

**Questão 4: O que você ouviu falar sobre Angola?**

Do total de entrevistados, 63% responderam que Angola é um país pobre, 6%, que é um país desenvolvido, 16%, que é um país em Guerra e 32%, que é um país em crescimento.

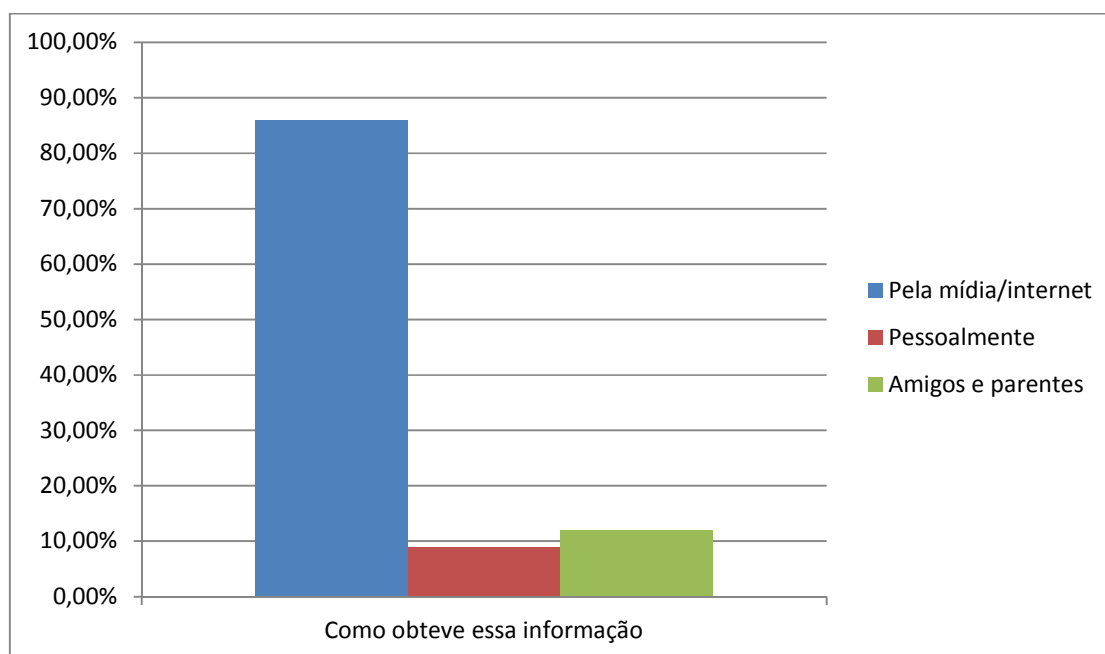
**Gráfico 4**

Fonte: Gráfico elaborado pela autora<sup>2</sup>

<sup>2</sup>Observação: houve mais de uma resposta por questionário.

**Questão 5:** Como ficou sabendo dessa informação?

Dos entrevistados, 86% deles responderam terem recebido informação sobre Angola por meio da mídia ou da internet; 9% recebeu pessoalmente e 12% por meio de amigos e parentes.

**Gráfico 5**

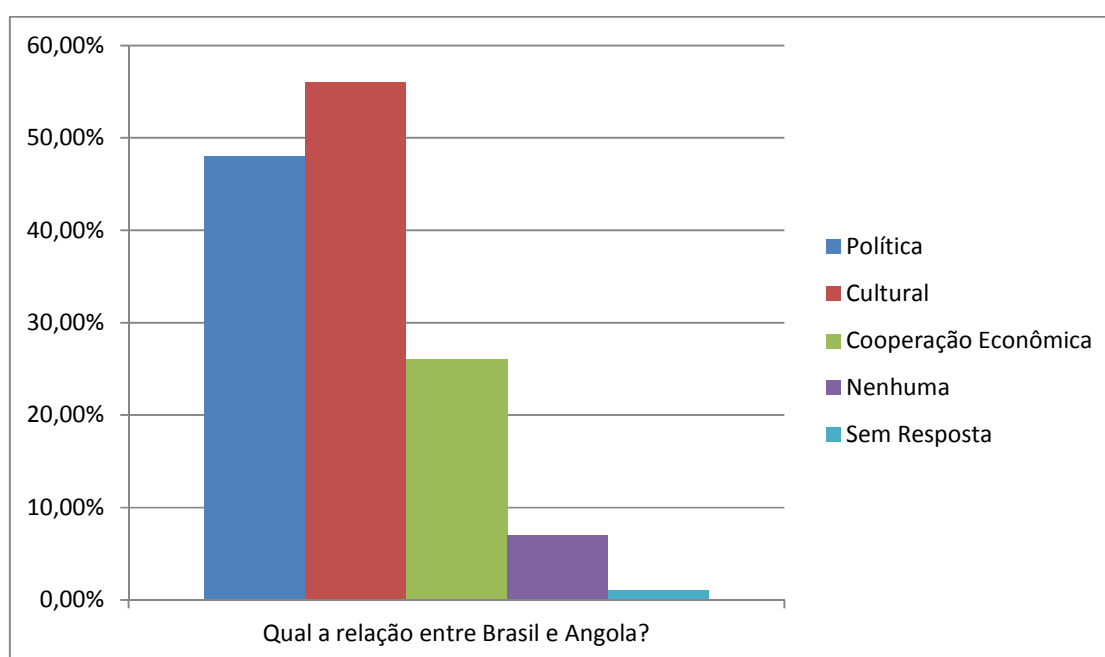
**Fonte:** Gráfico elaborado pela autora<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup>Observação: houve mais de uma resposta por questionário.

**Questão 6:** Qual a relação entre Brasil e Angola?

Do total de entrevistados, 48% respondeu que a relação Brasil-Angola é de caráter político; 56%, de caráter cultural; 26%, de caráter cooperativo econômico e 7% responderam que não há nenhum tipo de relação entre os países. 1% não respondeu.

**Gráfico 6**

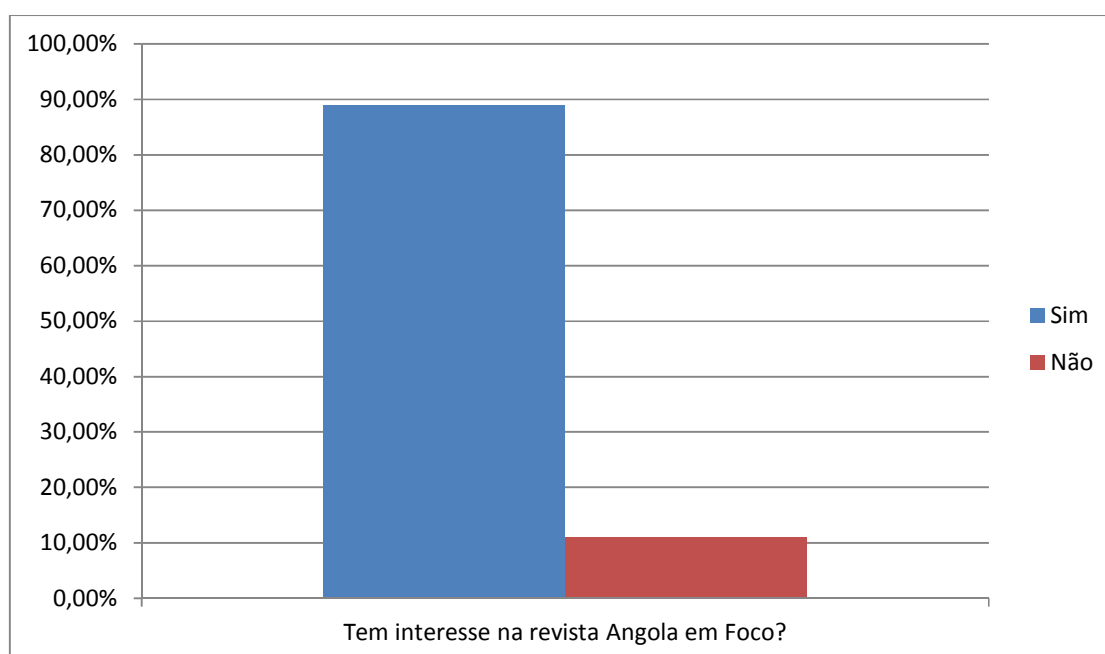
Fonte: Gráfico elaborado pela autora<sup>4</sup>

<sup>4</sup>Observação: houve mais de uma resposta por questionário.

**Questão 7:** Senhor terá interesse em ter uma revista chamada Angola em Foco na sua instituição?

Dos entrevistados, 89% declararam ter interesse na revista *Angola em Foco* e 11% declararam não ter interesse.

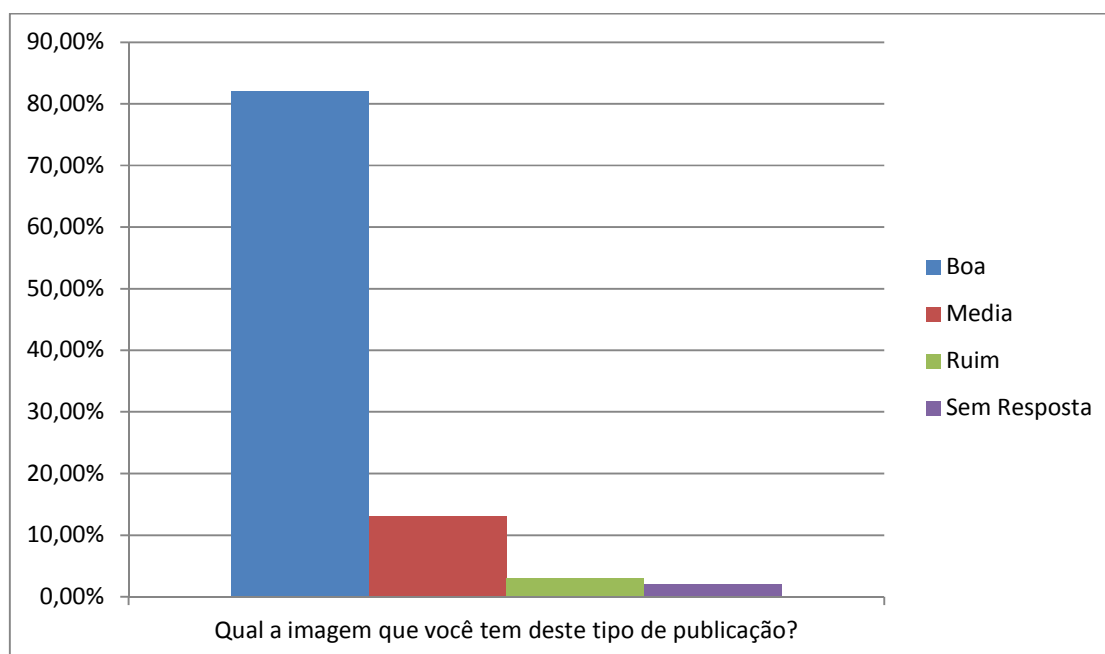
**Gráfico 7**



**Fonte:** Gráfico elaborado pela autora

**Questão 8:** Qual imagem você tem deste tipo de publicação?

Dos entrevistados, 82% responderam ter boa imagem sobre a revista, 13% declararam ter uma imagem média e 3% responderam possuir uma imagem ruim. 2% não responderam.

**Gráfico 8**

**Fonte:** Gráfico elaborado pela autora

**Questão 9:** Que tipo de assunto você acharia interessante de ler na revista Angola em Foco?

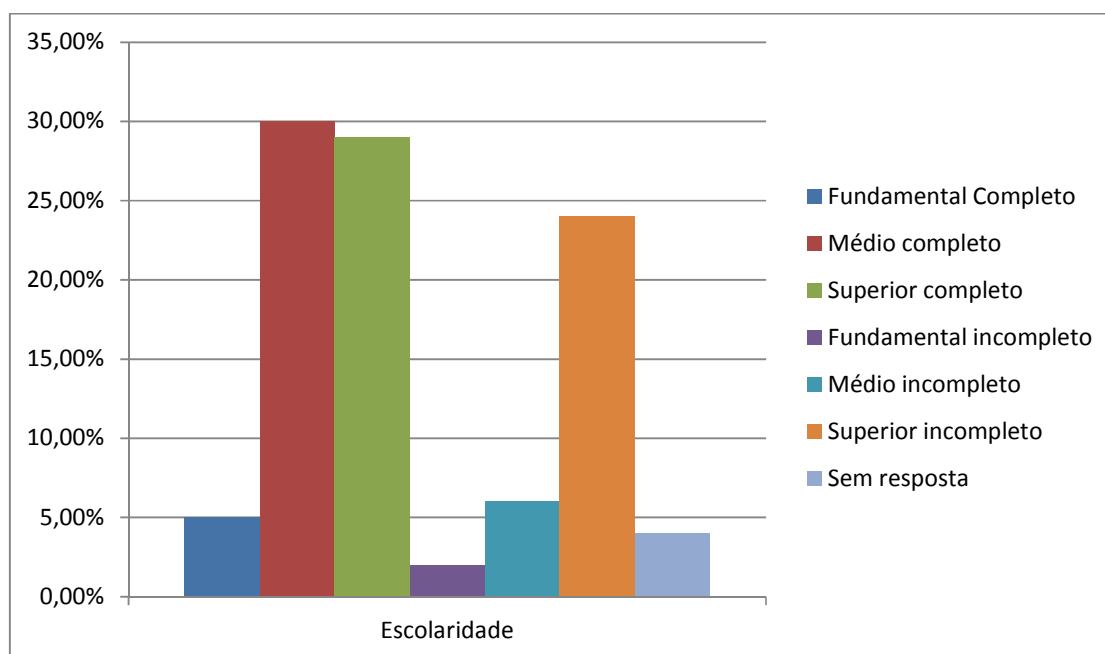
Os assuntos de maior interesse colocados pelos próprios entrevistados são os seguintes tópicos: Economia, Educação, Cultura, Turismo, História, Moda, Saúde, Esporte, Projetos Sociais e Culinária.

**Questão 10:** . Qual a importância desse tipo de publicação?

A importância para este tipo de publicação, colocado pelos próprios entrevistados, são o conhecimento, informação, divulgação, notícias e investimentos.

**Questão 11:** Escolaridade

Do total dos entrevistados, 5% possui apenas ensino fundamental completo;30%, ensino médio completo;29%,ensino superior completo;2%,ensino fundamental incompleto;6%, ensino médio incompleto, 24%, ensino superior incompleto e 4% não respondeu.

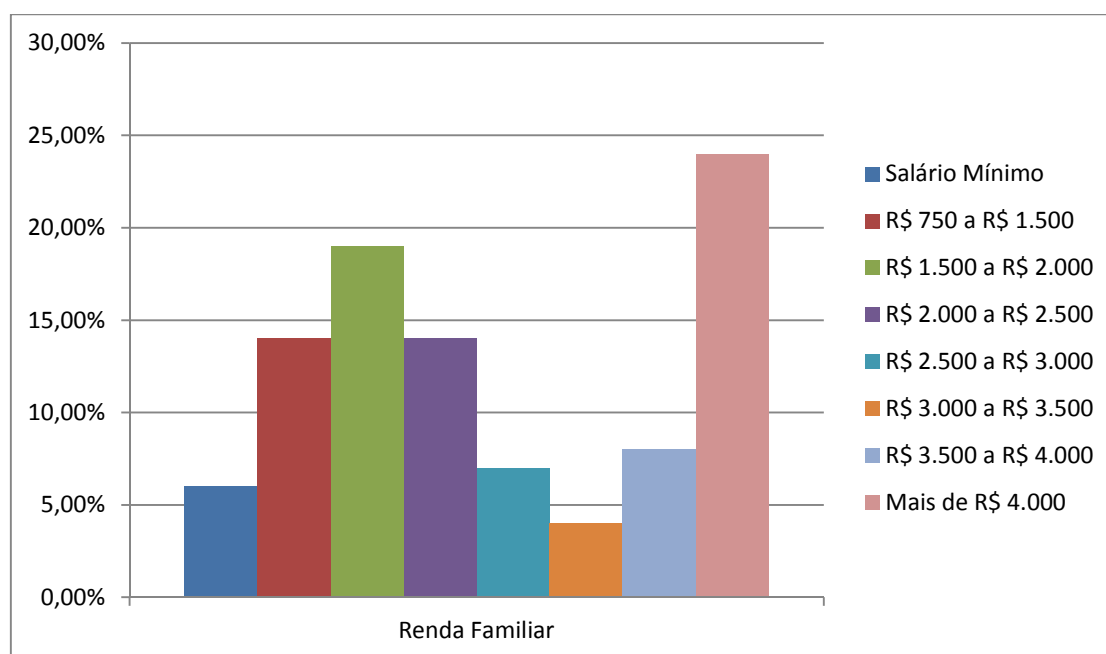
**Gráfico 11**

**Fonte:** Gráfico elaborado pela autora



**Questão 12: Renda familiar**

Dos entrevistados, 9% ganham até um salário mínimo; 14% ganham entre R\$ 750 e R\$ 1.500; 19% ganham entre R\$ 1.500 e R\$ 2.000; 14% ganham entre R\$ 2.000 e R\$ 2.500; 7% ganham entre R\$ 2.500 e R\$ 3.000; 4% ganham entre R\$ 3.000 e R\$ 3.500; 8% ganham entre R\$ 3.500 e R\$ 4.000 e 24% ganham mais que R\$ 4.000.

**Gráfico 12**

**Fonte: Gráfico elaborado pela autora**

#### 8.4 Análise do público-alvo

Para análise do público-alvo, foram feitos dois tipos de questionários. Um voltado ao público no geral e, o outro, para as instituições que receberam a revista.

Assim, apresenta-se um perfil aproximado dos leitores da *Angola em foco*, baseado no público em geral.

<b>Análise do público-alvo.</b>
<b>76% declaram não haver revista interna</b>
<b>66% declararam não haver revistas sobre Angola</b>
<b>97% já ouviram sobre Angola</b>
<b>63% responderam que Angola é um país pobre</b>
<b>86% responderam receber a informação por meio da mídia</b>
<b>56% responderam que a relação Brasil-Angola é de caráter cultural</b>
<b>89% declaram ter interesse na revista</b>
<b>82% responderam ter boa imagem da revista</b>
<b>30% possuem ensino médio completo e 29% ensino superior completo</b>
<b>24% ganham mais que R\$ 4.000</b>

A maior incidência de assuntos de interesse foi dos seguintes tópicos: Economia, Educação, Cultura, Turismo, História, Moda, Saúde, Esporte, Projetos Sociais e Culinária.

## 8. 5 Projeto editorial

Editorial	Índice	Expediente	1. Política nacional	2. Especial Angola	3. Relação Brasil-Angola	4. Economia	5. Cultura	6. Turismo	7. Crónica	8. Entrevista
			Angola acolhe quarta reunião da assembleia parlamentar da CPLP	Conheça Angola	Brasil e Angola intensificam parcerias estratégicas	Cresce a economia Angolana	Cultura em Angola	Angola, o segundo maior consumidor do turismo sul-africano em África	Ivair dos Santos em Angola	Geovety Mateus/Roberta Milla
			Angola: Onze anos de paz				Escritor angolano recebe prémio brasileiro de literatura			
							Embaixador da Angola no Brasil recebe prémio literário de cultura 2013			

## 8.6 Projeto Gráfico

### Design gráfico

O design de revistas e magazines é uma das áreas do design gráfico que mais impacto tem tido na tipografia. O designer tem de dar identidade, expressão e personalidade aos diversos componentes, para que estes possam ser reconhecidas como um todo coerente e original, atraindo o leitor em um primeiro momento e, depois, construindo a fidelidade da marca. Os elementos têm de ser organizados de tal modo que o leitor possa encontrar rapidamente os itens individuais nos quais está interessado.

O estilo do século XX, o que chamamos por design moderno, é uma complexa fecundação cruzada de influências e movimentos artísticos. Isto é, seu desenvolvimento não seguiu uma simples progressão passo a passo de ideias, princípios e direções. Algumas das ideias e princípios que deram origem ao movimento moderno foram estabelecidos na Inglaterra, no século XIX, por John Ruskin, influente crítico de arte, cujos escritos relacionavam valores estéticos com moralidade, e por William Morris, designer, poeta e teórico social, que promoveu a revalorização da tipografia clássica na impressão e das habilidades artesanais do design de produtos.

De acordo com ALLEN (1910),

Bem no início do século XX, ocorreram vários e significativos movimentos, que viriam a alterar profundamente o curso de design. A fonte mais comumente apontada como a origem da moderna arte gráfica é o cubismo, iniciado em Paris por Pablo Picasso e Georges Braque (ALLEN, 1910, p. 13).

Com 28 páginas coloridas e divididas em oito editoriais, a revista *Angola em foco* foi tomando forma desde a fase da apuração. O tamanho da revista em formato A4 (210 cm de largura x 29,7 cm de altura) foi decidido logo no primeiro mês. Este tamanho foi escolhido para proporcionar mais espaço para textos e imagens. As margens da revista são de 1,27 cm para cima, esquerda, direita e para baixo.

A fonte escolhida para textos, sutiãs, olho e títulos foi a Sabon com variações de corpo e estilo para cada dispositivo editorial. A fonte Sabon é o design da fonte clássica Garamond. A fonte Sabon imprime uma linguagem visual de leveza e sofisticação, além de facilitar a legibilidade pelo o suave contraste entre linhas finas e grossas e com a distribuição harmônica de peso visual. A fonte Rotis Sem Serifa foi empregada no sumário e no fôlio que é representado pela data da publicação.

As fotografias da publicação estão na escala de cor CMYK para conferir maior realismo à peça gráfica. A colunagem (sistema de grid) é composta por 2 colunas conferindo simplicidade à revista.

Ideias de adereços e ilustrações para cada matéria foram surgindo desde a apuração da pauta e se estenderam até a etapa posterior à redação dos textos. A disposição destes elementos foi sendo feita na medida em que a revista era diagramada. O *design* da logo da *Angola em Foco* foi criado na fase final da produção da revista, em uma reunião com o diagramador, que auxiliou na escolha da marca. Cada seção da revista traz margens com a cor vermelha que remete às cores da bandeira angolana com a intenção de criar uma identidade visual com o país africano.